

强农号角催征 科技奋楫前行

(上接第一版)

改革是个大合唱，笙箫齐鸣奏华章。各地“科研+推广”融合一体探索农业科技整体效能提升的新路径。浙江省组织省农科院与地市农科院成立联合实验室，构建研究、示范和推广应用一体化的协作网络，深化“三农九方”科技协作项目，通过按需征集、揭榜挂帅、里程碑式考核等遴选机制，搭建从省级专家到基层农技人员、企业主体的联合攻关，实现省市县科技力量“集团军”作战。广西壮族自治区开展“厅院合作”，把县级农科所纳入到基层农技推广体系重点建设，形成“1(1个省级农科院)+11(11个地市级分院)+58(58个县域特色作物试验站)”三级联动农业科技推广新体系。河南省组建花生育种联合创新团队实现“七统一”，育种“研推用”一条龙有力支撑了区域产业发展。安徽、福建等省出台“公费农科生”培养政策，实施“人学有编，毕业有岗”改革试点。

改革是场自我革命，也是换羽新生。全链条“技术+用户”融合一体取得了整体效能提升的新实效。江苏省成立科创投资集团，构建“小管办+大集团”双重运营模式，推动企业家、科学家、金融家深度融合，构建“上下楼就是上下游、邻居就是合作伙伴”的产业生态，促进邻里合作30余项。陕西省全力打造秦创原创新驱动平台，支持企业联合高校院所组建500支“科学家+工程师”队伍，缩短了技术到应用的“最后一公里”，加速最新科技成果转移转化。

这是一次划时代的力量重塑，催生新活力，锻造新利剑。今年6月，全国科技大会强调，中国式现代化要靠科技现代化作支撑，要坚持“四个面向”的战略导向，加强科技创新全链条部署、全领域布局，充分发挥新型举国体制优势，扎实推动科技创新和产业创新深度融合。

号角已经吹响，主攻已经开始，力量正在汇聚。

大培塑、大合作：一篇固本开新的华章

2019年9月29日，人民大会堂气氛庄重热烈。习近平总书记向“共和国勋章”获得者袁隆平颁授勋章。今年9月13日，国家主席习近平签署主席令，中国科学院院士李振声被授予“共和国勋章”。五年间，两位农业科学家获得最高国家荣誉，全国广大农业科技工作者倍感振奋、深受鼓舞。

领袖心中，人才最重。千秋基业，人才为先。“创新驱动实质上是人才驱动”“要加强科技人才队伍建设”……从一次次会议到一次次座谈，纵论人才建设，沉稳有力的声音回响在全国农业科技工作者的耳畔。

稻菽千重，育于苗床。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出，“加快建设国家战略人才力量，着力培养造就战略科学家、一流科技领军人才和创新团队”。当前，新一轮科

技革命和产业变革深入发展，科学研究的复杂性、系统性、协同性显著增强，着眼实现高水平科技自立自强、建设世界科技强国迫切呼唤，一批深怀爱国之心、堪当时代重任的战略科学家、一批富有奉献精神的科技领军人才和创新团队、一批“三农”情怀深厚、创新潜力突出的青年科技人才、一批扎根基层的农技推广人才和“田秀才”“土专家”，成为我国农业科技创新的中流砥柱。

“国际社会要以天下之利为利，以人民之心为心，推动发展问题重回国际议程的核心。”2023年8月，习近平主席在“金砖+”领导人对话会上发表讲话，再次呼吁国际社会共谋发展。

真实亲诚，命运与共。目前，中国已与150余个国家和地区建立合作关系，与60多个国家建立了双边农业科技对话机制，共享农业发展机遇。

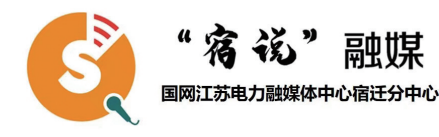
中国杂交水稻在20多个非洲国家“扎根”，推动多国水稻产量从每公顷平均2吨提升到7.5吨；中国农业科学院向9个非洲国家发放1000多份绿色超级稻材料，累计推广面积5.7万公顷，产量比当地品种提高20%以上；中国热带农业科学院向非洲推广“华南5号”木薯，产量水平比当地品种高出4倍……

这一连串的数据，展示了中非农业合作的蓬勃开展和显著成效，从《中非合作2035年愿景》首个三年规划获悉，中国已向非洲派出500余名农业专家，培训近9000人次农业人才。截至去年底，中国已在非洲建成24个农业技术示范中心，推广了玉米密植、蔬菜栽培、木薯快速繁育等300多项先进农业技术，惠及100多万非洲小农户，有力支持非洲农业现代化进程。

近年来，数字经济日益成为中国与东盟农业合作新赛道。一方面，借助中国信息技术，东盟国家农产品种类越来越丰富，竞争力越来越强；另一方面，依托快速发展的跨境电商，马来西亚的咖啡、菲律宾的凤梨、缅甸的特色小吃等在中国电商平台上“走红”。

如今，一批批中国农业专家与东盟国家当地农民、农技工作者携手努力，为推进农业绿色和数字化转型贡献力量。据报道，近年来，中国与东盟国家相关机构开展密切合作，在老挝、越南、柬埔寨、印尼、缅甸建设了5个境外农业试验站，共筛选试种蔬菜、水稻等新品种750多个，累计示范推广面积超过400万亩，为项目所在国培训农业技术人员1000多人次。

科技强农定向行，号角声声催人征。农业科技的浴火重塑，是一场前所未有的大变革，更是一次政治上的大检阅。全国广大农业科技工作者在祖国和人民的深情注视下，正鏖战在广袤的国土、浩瀚的苍穹、遥远的大洋！



适当延长最低收购价定价周期 有效稳定市场预期

中国人民大学吴玉章讲席教授、国家粮食安全战略研究院院长 程国强

粮食最低收购价政策是保护农民种粮积极性最直接、最有效的制度安排，在种粮农民收益保障机制中主要发挥兜底作用。当市场价格过度下跌，农民卖粮出现“亏本”“卖难”风险时，国家会及时出手，启动最低收购价收购，为农民售粮提供托底保障，有效防止市场风险对农民基本收益的影响。

近日，国家公布小麦最低收购价政策完善方案，将新年度小麦最低收购价水平提高到每斤1.19元，同时，将最低收购价水平由一年一定调整为两年一定。这是深入贯彻落实党的二十届三中全会关于“加快健全种粮农民收益保障机制”决策部署的重要举措，是夯实国家粮食安全根基的创新实践。

适当延长定价周期，有利于稳定市场预期。最低收购价水平改为两年一定，主要目的是为各方主体提供更多稳定的政策环境，有利于更好引导各方预期：一是稳定种粮农民预期，让广大农民对未来两年种植小麦的兜底保障“心里更有底”，帮助种粮农民特别是规模户科学安排种植计划。二是引导贸易商和加工企业决策，稳定相关企业对后市的信心，让他们对未来两年的价格底部有明确的预期，引导企业进行长期决策，稳定粮食购销和市场价格。三是促进土地流转价格合理形成。部分地方土地流转价格参考最低收购价确定，延长定价周期有助于引导今后两年小麦种植的土地成本保持稳定，防止土地流转价格大幅波

动明显抬升种粮成本。适当延长定价周期，符合完善农业支持政策的总体方向。农业支持政策保持相对稳定、一次确定多年不变，在国内外有着丰富的实践经验。如，我国的棉花目标价格政策，目标价格水平在改革之初实行一年一定，经过改革试点后调整为三年一定，政策实施以来取得了显著效果，有效保护了棉农种植积极性，新疆棉花生产优势地位持续巩固。此外，美国、欧盟、日本等主要经济体的农业支持政策也大多是一定多年不变，例如美国以五年为一个周期，通过制定农业法案，明确该周期内各项农业支持政策的具体细则和支持水平，为农民提供更加稳定的政策环境。

适当延长定价周期，具备有利的现实条件。粮食最低收购价水平主要锚定粮食生产成本。前期由于土地流转租金、化肥等主要成本费用年际波动较大，因此最低收购价水平实行一年一定、逐年调整。近几年主产区种粮成本费用已经呈企稳态势，且按照党的二十届三中全会部署，承包地经营权流转价格形成机制、化肥等农资保供稳价应对机制将逐步完善，今后种粮成本也有望保持基本稳定，最低收购价由一年一定改为两年一定已具备较好的现实条件。同时，政策完善方案也明确，定价周期内如果遇到生产成本等发生显著变化，可按程序另行调整最低收购价水平，这也是坚持稳中求进工作总基调的具体体现。

完善小麦最低收购价政策 释放强农惠农富农积极信号

中国农业大学经济管理学院教授 武拉平

过去二十年，作为保障国家粮食安全的支柱性政策，粮食最低收购价政策在稳预期、稳信心、稳生产方面发挥了重要作用，政策效果得到各方认可。近日，国家公布2025—2026年小麦最低收购价政策，定价周期由过去的每年一定调整为两年一定，价格水平提高到1.19元/斤(国标三等小麦)。这一政策调整，是落实党的二十届三中全会精神，完善强农惠农富农支持制度的重要政策安排，释放了重农抓粮的积极信号，体现了保护农民种粮积极性的明确导向。

一、最低收购价政策是农民安心种粮的“定心丸”

2000年以来，我国在粮食购销领域开展了一系列体制改革，粮食价格放开由市场形成。为防止粮价受外部因素影响过度下跌损害农民利益，国家分别于2004年、2006年起在主产区对稻谷、小麦两个口粮品种实行最低

收购价政策，综合考虑粮食生产成本、市场供求、国内外市场价格和产业发展等因素确定最低收购价水平，每年粮食播种前向社会公布。新粮上市后，农民随行就市出售粮食，获得收益；当主产区市场价格下降较多、低于最低收购价时，农民可按照最低收购价向国家指定的收储企业交售粮食。

最低收购价政策的目的是“兜底线、稳预期”。“兜底线”，就是最低收购价水平主要锚定种粮成本确定，让农民种粮不吃亏；“稳预期”，就是稳定种粮信心，引导广大农民安心种粮。近年来，国家注重在完善最低收购价政策安排的同时，更好发挥这项政策稳定农民种粮心理预期的作用。据统计，最低收购价政策实施以来，我国稻谷、小麦产量分别增长15%、26%，特别是2020—2023年在国际粮价大幅度波动的情况下，我国口粮生产始终保持稳定、价格总体平稳运行，为经济社会

平稳健康发展提供了有力支撑。

二、本次完善最低收购价政策是更好保护农民种粮积极性，保障国家粮食安全的重要举措

党的二十届三中全会要求，完善强农惠农富农支持制度，加快健全种粮农民收益保障机制，推动粮食等重要农产品价格保持在合理水平。本次完善最低收购价政策是落实进一步全面深化改革战略部署的重要举措，主要体现在两个关键点：一是延长定价周期为两年一定，二是具体水平较上年每斤提高1分钱。这样的安排，是适应我国国情农情，更好发挥最低收购价政策稳预期、稳信心、稳生产作用的现实选择。

适当延长定价周期，有利于稳定农民种粮预期。农业支持政策保持一定稳定性，主要目的是为种粮农民提供更加稳定的政策环境，让农民作出科学合理的生产决策。本次小麦最低

收购价政策定价周期由一年一定改为两年一定，“一次提价管两年”，相当于国家对未来两年农民种粮给出了兜底保障，引导农民科学规划和安排生产经营。同时，政策还明确，如生产成本等发生较大变化，会及时调整最低收购价水平，兼顾了原则性和灵活性。

提高最低收购价水平，释放重农抓粮积极信号。2025—2026年小麦最低收购价为每斤1.19元，达到了政策设立以来的最高水平，既彰显了惠农政策力度，提振市场信心，也与近年来种粮成本的变化情况相适应，有利于更好发挥“兜底”作用。同时，国家将聚焦农资、土地两大种粮成本关键要素，研究完善相关机制，防止种粮成本大幅上涨；综合运用储备调节等政策工具，更好发挥市场作用，促进粮食价格保持在合理水平，让种粮农民有钱挣、得实惠。

农民日报·中国农村记者 缪翼

乡村特色产业带经济向“新”而生

促成产业带，创造新价值

2024年中央一号文件指出，要促进农村一二三产业融合发展。坚持产业兴农、质量兴农、绿色兴农，加快构建产加销贯通、农文旅融合的现代乡村产业体系，把农业建成现代化大产业。鼓励各地因地制宜大力发展特色产业，支持打造乡土特色产业。

正如《报告》发现，兴趣电商模式的出现，为乡村特色产业多维展示、多向联通提供了机会，不仅让乡村特色产品出村进城解决卖难问题，还为其提升价值提供了机会，由此也促进了中西部地区特色产品的规模化、集群化发展，形成特色优势农产品产业带。

提到苹果，大众立刻会联想到全国气候条件最好的苹果优势产区之一陕西洛川、砂糖橘看广西、大米看五常、咖啡豆看云南……很多产地都被人们牢记于心，产地是产品最好的品牌。

然而，在传统经营体制下，品牌建设仍

是乡村特色产业发展的短板之一。《报告》指出，抖音电商等兴趣电商模式从特定企业产品品牌和地方共享品牌两方面促进乡村特色产业品牌化建设，加快了产业带的形成与发展。

首先，兴趣电商模式助力挖掘源头好物，形成品牌带动机制。《报告》以抖音电商平台为例，农村“新农人”不断挖掘源头优质好物，打造乡土品牌IP，将大众对于农人及乡土故事的“关注度”逐步关联到乡土产品上。一些偏远地区的特色农产品在此过程中得到消费者知晓、关注和喜爱，品牌效应开始显现，订单销量出现暴涨。这几年，萝卜干通过吴秋月的抖音账号@川香秋月爆火，带动了四川泸州和理塘、稻城1万多亩高山萝卜标准化种植就是最好的例证。“将高山萝卜这一初级农产品加工成萝卜干，再通过抖音平台直播进行产品销售，促进品牌化发展。”吴秋月凭借“个人IP+核心产品”的打法，打造出一条以萝卜干制品为核心的产业链。

其次，推动建立优质优价正反馈机制，实现农产品从“田间”到“舌尖”的安全优质。抖音电商明确了创作者的交易平台主体责任，构建了具地方产品特色的内容标准，让优质标准得到更好的实践、延伸和表达，实现“用优质内容传递美好生活”。

《报告》课题组调研“金产地计划”发现，在“果味尝鲜”等活动期间，抖音电商特设了专人质检品控环节，不仅提前对所有主推产品的仓库进行管控，力求每件发出的商品都符合要求，还提供“坏果包退”服务，让消费者更加安心。

全国看、全国卖，展现新场景

抖音电商打开了乡村特色产品销售的新渠道，成为特色产品打造品牌、挖掘价值的新平台，有效解决了以往特色产品销售难、品牌弱、价值低的难题。“金产地计划”“山货上头条”等项目，推动了产业的集聚和产业带的发展壮大。

海南芒果、浙江安吉白茶、湖北秭归春

橙、山东蓬莱樱桃、四川攀枝花芒果……越来越多特色农产品，通过抖音电商真正实现了“全国看、全国卖”。

《报告》指出，抖音电商通过创新展示场景及搜索技术，构建了具地方产品特色的内容展示场景，挖掘消费者潜在需求，推动生产者基于用户兴趣提供定制化的服务。

首先是丰富了乡村特色内容展示场景。抖音电商等兴趣电商平台通过设计趣味性互动话题，吸引电商达人 and 用户参与创作乡村风物类短视频和直播内容，激发人们对乡村产品、乡村生活的回忆和向往，引领消费者购买优势特色农产品。@莲讯以客家少女的形象出现在短视频、直播中，向大家讲解客家习俗，展现客家风貌，分享当地美食，大幅提升了消费者对地瓜干这一农特产品的购买兴趣。

其次是向消费者还原了真实乡村特色体验场景。抖音电商等兴趣电商平台通过兴趣链接，为新农人提供展示商品的场景，消费者能沉浸式看到、听到、感受到商品的优劣，从而形成购买兴趣。@再可七和丈夫罗卜哥用考究的拍摄手法，接地气画面，记录下摘果子、下河捞鱼、湖边野炊等丰富朴实的乡村生活，介绍种类繁多的家乡水果。

第三，兴趣电商模式构建了平台参与方的互动场景。抖音平台建立了创作者与用户的互动场景，并通过培育熟知乡村的达人，构建具有乡村特色产品消费意愿的粉丝群体。其中部分主播与粉丝长期互动，对兴趣话题相互响应，彼此间形成特殊社交信任机制，再通过电商平台链接起更多的产品生产者与消费者，为乡村特色产品产销对接奠定了基础。来自广元的漆爷爷和婆婆善于制作家乡美食，他们的外孙陈杰将制作美食的过程形成视频，在抖音上被上千万粉丝关注。这些麻辣香肠、腊肉、萝卜干、蜂蜜等美食很快就达成了几十万单的销售成绩。而商城、搜索等功能的加入，进一步强化了聚合作用，形成包括创作者、消费者、供给商等众多主体在内的线上生态体系。

最后，兴趣电商模式有助于引领供应链整合完善。借助“山货上头条”“金产地

计划”等项目，抖音电商不断整合地方特色产业供应链资源，助力形成区域供应链生态体系。@东北划拉哥通过抖音电商实现订单量暴涨，带来对当地物流的大量需求。为此，当地新建了云仓仓库，完善了基础设施，提升了乡村特色产品的物流速度。

蹚出富民之路，步入新赛道

近年来，针对部分产区规模化生产体量较小、电商运营基础薄弱、市场渠道单一、品牌认知度低等问题，兴趣电商模式在乡村商家培育、产销对接提效、消费认知打造、产业品牌推广等方面深度发力，成为促进农民增收的重要渠道。

食用菌产业是福建宁德古田县的支柱产业，占全县农业总产值的80%。“现在可以把我们的原产地产品直达消费者餐桌上，让更多人了解到我们原产地的食用菌。”如今，通过抖音电商等兴趣电商平台，种植户张茹可以直接参与定价过程，直接获得产品红利，“改变了生产者在传统农产品产业链中处于被动地位、难以获取后端价值增值的局面”。

《报告》全面揭示了兴趣电商模式依托技术优势，为农民参与直播和销售特色农产品提供了平台，建立了生产端与销售端的直接连接，拓展了农产品的销售渠道，使越来越多乡村农产品从产地走向各地消费者，既丰富了城乡居民的生活，也带动了产销规模的增长，降低了产销双方交易成本，促进了中小农户增收致富，共享乡村产业发展红利。今年7月，抖音电商“金产地计划”进入四川汉源，带动汉源桃花李销量同比增长86%，收购价上涨10倍，大幅增加了农民收入。返乡创业的90后小伙王曦在平台助力下日销桃花李1万单，向全国各地发送桃花李5万余斤，为家乡农产品拓展了新销路。

同时，《报告》还指出，抖音电商引领兴趣电商模式的兴起，不仅为电商达人创业就业提供了新机遇，也为上下游产业链主体发展提供了机遇。在2023年8月18日至2024年8月17日的一年中，抖音电商平台农货商家数量同比增长63%，销售额破百万元的农货商家数量达到3.3万个。生鲜免佣政策推出首月，超2万个商家报名参与。此外，抖音电商以兴趣电商特质，在展示产品的同时，也展示乡村美景，带动了乡村旅游等相关产业的发展，为农村居民发展体验农业、民宿等提供了机遇，带来了收益。



资料图



资料图



资料图